

## 現代企業と倫理（上）

——De George の所説を手掛りにして経営(学)に対する  
ビジネス倫理学の挑戦の意味を考える——

宮 坂 純 一

1. アメリカにおけるビジネス倫理（学）教育の現状
2. ビジネス倫理学とはなにか——De George のビジネス倫理学構想——
  - 2.1. ビジネス倫理学成立小史
  - 2.2. ビジネス倫理学の研究対象そして研究課題（以上本号）
3. ビジネス倫理学の学問的位置（以下次号）
  - 3.1. ビジネス倫理学と道德規範
  - 3.2. ビジネス倫理学と社会的責任
4. ビジネス倫理学の問題提起とその限界
  - 4.1. ビジネス倫理学の問題提起
  - 4.2. ビジネス倫理学の限界

### 1. アメリカにおけるビジネス倫理（学）教育の現状

最近企業をめぐる多くのスキャンダルが噴出すると同時に企業批判も高まり、企業の在り方<sup>(1)</sup>を問う形で様々な議論が展開されてきている。そのなかで注目すべきこととして、資本主義経済活動にも倫理的なものが必要だ、という主張が改めて為されるようになってきたことが挙げられる。だがこれに対してはすぐに幾つかの疑問がでてくるであろう。たとえば、企業にとって倫理とはいかなる意味をもっているのか、企業において問題になりうる倫理とは一体何なのか、そもそも企業において倫理が問題となりうるのか、あるいはそもそも企業と倫理は共存するのか、等々。

このような倫理への注目はわが国だけにみられる現象ではなく、今日では多くの諸国にみられる現象である。ただし幾つかの国にはわが国にはみられない現象を見出すことができる。それは今日の欧米諸国においてビジネス倫理（学）（business ethics）教育が積極的に行われるようになってきたことであり、たとえば、アメリカにおいてもビジネス倫理（学）教育が大学

---

（1）たとえば、奥村宏稿「新しい企業像のために」（『世界』1992年2月号）、がそれである。また、特に、欧米の文献のなかでは、倫理 ethics とともに道德（モラル）moral という「言葉」がよく使われているが、本稿ではそれらは同義であるとの解釈に拠っている（これについては、正木久司著『経営学講義』晃洋書房、1991年、150ページで触れられている。）

のカリキュラムの中に一定の位置を占めている。我々はまずビジネス倫理（学）教育が実施されていることに注目する。

なぜ欧米の高等教育機関においてビジネス倫理（学）が教育されていることに注目するのか？ それはビジネス倫理学に関心をもっているためであり、ビジネス倫理学（という新しい学問分野）の検討を通して上述の疑問（企業にとっての倫理の意味）をある程度あきらかにすることができる、と考えられるからである。それ故に、ここに改めてビジネス倫理学なるものは果して存在しているのか？ ということが問題になってくる。

「倫理学科目（courses in ethics）はアメリカの諸大学においてずっと標準的な出しものであり続けた。ビジネス倫理（学）科目はきわめて最近の出しものである。」これは R. De George の1982年の言葉である。この De George の言葉〔つまり、ビジネス倫理（学）が教えられているという「事実」〕は、たとえビジネス倫理（学）が高等教育機関において教えられるようになったのが最近のことであったとしても、それが一定の論理のもとで体系化されていることを意味している。そしてまたこのことは、当然のこととして、1つの学問としてのビジネス倫理学の成立を前提として、ビジネス倫理（学）が大学において教えられているということを我々に示しているように思われる。したがって、ビジネス倫理学は現実に存在している、と考えられるのだ。事実、今日（1990年）の欧米では、ビジネスが倫理価値や規範に照らしてどのようにおこなわれているかあるいはおこなわれるべきかを考察する、言い換えれば、日々のあらゆるビジネス活動の倫理的次元を分析し研究することを目的とした、正式のアカデミックな学問（a formal academic discipline）、として、ビジネス倫理学が「市民権」を得つつある（be conformed<sup>(3)</sup>）、といわれている。

しかしながら、〔ビジネス倫理（学）が大学で教えられているという「事実」と対立するかのように〕他方で、ビジネス倫理学の存在の「前提」となると思われるビジネス倫理の概念が曖昧なままになっていた（なっている）ことも「事実」なのである。このビジネス倫理概念の多様性（曖昧であったこと）を我々にはっきりと見せてくれたのが P. V. Lewis である。<sup>(4)</sup> 彼は、ビジネス倫理（学）だけでなく、ビジネス&社会、組織論、組織行動論、HR論、管理論などの、158冊のテキストおよび50論文のなかで、ビジネス倫理がどのように定義されているかを分析し、そしてまたビジネス関係者がビジネス倫理をどのように理解・把握しているかを調査し、その結果を公表している（1985年）。この調査によって——この新しい学問が成立したのが、（イギリスを含む）ヨーロッパよりもその発達がはるかに進んでいるといわれるア

(2) R. T. De George, *Business Ethics*, 3rd ed, Macmillan Publishing Co., New York, 1990, p. 111. この初版は、山田経三訳『経済の倫理』明石書店、1985年として翻訳されている。

(3) J. Mahoney, *Teaching Business Ethics In The UK, Europe And The USA. A Comparative Study*, The Athlone Press, London, 1990, p. iv.

(4) P. V. Lewis, "Defining Business Ethics: Like Nailing Jello to a Wall", *Journal of Business Ethics*, 1985, Oct..

現代企業と倫理（上）

アメリカにおいても、極めて最近のことであるためか——ビジネス倫理学のテキストとして知られている文献においてもビジネス倫理（学）の解釈は様々であり、（少なくとも1980年代の中頃までは）必ずしも統一的な理解が生まれていなかったことがあきらかになったのである。

Lewis によれば、ビジネス倫理の定義で利用されている概念は38概念に整理することができる<sup>(5)</sup>（表1—1参照）。そして彼は、それにもとづいて、収集された定義（で使われているターム）をつぎのようにグルーピングしている。

- (1)社会的責任に焦点を合わせたもの、
- (2)正直と公平の強調、
- (3)黄金律の強調、
- (4)常識としての行動あるいは宗教的信念に一致した価値、
- (5)良心的な仕事あるいは啓発された私利に対する義務、責任そして権利、
- (6)なにが良いのか悪いのかの哲学、
- (7)意思決定において諸問題を明確にする能力、
- (8)個人的良心や合法的なシステムの強調、

表1—1 文献やビジネス関係者によって示されている定義

概 念	とりあげられた数		
1 規則、標準、あるいは個人を支配するコード	48	21 人間関係	4
2 人生のなかで発達するモラル原則	25	22 正義の理論	4
3 特別な状況のもとで正しいものと誤っているもの	24	23 目的と手段の関係	3
4 ほんとうのことを言うこと	23	24 誠実	2
5 社会的責任への信頼	18	25 為すべきことへの関心	2
6 公平なこと	16	26 人間に害や利益をもたらす制度について考えること	2
7 正直	16	27 アリストテレスの原則	2
8 黄金律	11	28 習慣	2
9 価値	10	29 論理にもとづく実践科学	2
10 宗教的信念に従うもの	10	30 徳	1
11 常識的行動	10	31 リーダーシップに従うこと	1
12 自分自身に忠実なこと	9	32 性格	1
13 義務、責任、権利	9	33 回転式フォーウェイ・テスト	1
14 良心的な仕事	9	34 他人を判断すること	1
15 良いことと悪いこと	8	35 信用があること	1
16 哲学	8	36 神をまず優先し、ついで他の人々、そして最後に自分のことを考えること	1
17 意思決定の次元の説明	7	37 プライベートではなく公的なこと	1
18 個人の良心	6	38 現在のそして現世のこと	1
19 合法的なこと	5		
20 システム	4		
		計	308

(5) Ibid., pp. 379-383.

- (9)人間関係の質を問題にする正義のシステムあるいは理論,
  - (10)目的と手段の関係,
  - (11)誠実への関心,
  - (12)徳, リーダーシップ, などの強調,
- がそれである。

Lewis の問題意識は、それぞれが抱いている多様なビジネス倫理理解から統一的な定義を再構築できないか、という点にあった。そのためか彼はとりあえずその課題を果たすために（前掲の4つの上位概念を利用して）つぎのようにビジネス倫理を定義している。「ビジネス倫理とは、特殊な状況においてモラル的に正しい行動を導き嘘をいわないためのガイドラインを提供する、規則、規準、コードあるいは原則、<sup>(6)</sup>である。」

しかし、この Lewis の定義は（定義とは元来そのようなものではあるのだが）彼自身も認めているように極めて抽象的なレベルに止まっていると言えよう。もっともこれは現状ではやむをえないことであり、Lewis の本音も別の所にあるようだ。彼の論文のタイトルにもなっているように、（1985年）現在の時点で「ビジネス倫理を定義することは壁にゼリーを釘で打ち付けるようなものなのである。」 ビジネス倫理の具体的内容が確立していない以上、ビジネス倫理を定義することは全く無駄な努力であるとまではいわなくとも多大な労力を必要とする困難な仕事なのである。これが彼が本当に言いたかったことなのであろう。

このような事情を考えると——たしかに一方では（1990年代に入って）ビジネス倫理学が「市民権」を得てきているといわれているのであるが——ビジネス倫理学は真に1つの学問として確立しているのか？ という疑問がでてくる。そして実際に、アメリカのビジネス倫理（学）教育のこれまでの経過をみると、この疑問は益々大きくなっていくのである。

アメリカではモラル教育は高等教育機関の伝統的な役割の1つと見做され（ただし、この役割は主としてカレッジにおいて遂行されていた）、19世紀にはモラル哲学が学部のカリキュラムの中心的存在であった。<sup>(7)</sup>しかし、20世紀の中頃になると倫理教育を行う学部は哲学部や宗教学部に限定されるようになった。特に、職業スクールではモラル教育はマイナーな存在であり時には完全に無視されていた。そのような状況に変化が生じたのが1960年代以降である。高等教育機関のなかにあらためて倫理学そしてビジネス倫理（学）への関心が高まってきたのだ。その結果、哲学部や宗教学部以外の学部でもビジネス倫理（学）科目が開講されるようになり、<sup>(8)</sup>またビジネス倫理（学）を教育するために倫理学者を招聘するビジネス・スクールも現れるよ

---

(6) *Ibid.*, p. 381.

(7) R. Cooke & L. Ryan, "The Relevance of Ethics to Management Education", *Journal of Management Development*, 1988, Vol 7, No 2, pp. 28-29.

(8) 哲学者 K. Goodpaster をフルタイムの教授として任命した最初のビジネス・スクールがハーバード・ビジネス・スクールであった。(N. Bowie, "Business Ethics", in J. DeMarco & R. Fox eds., *New Directions in Ethics*, Routledge & Kegan Paul, 1986, p. 165.)

うになった。そして今日ではビジネス倫理学の学位をだす大学も現れており、DePaul 大学ではMBAとビジネス倫理学の学位が結合されている、<sup>(9)</sup>と言われている。

しかしながら、アメリカの各大学において開講されているビジネス倫理（学）科目とはビジネス倫理に関する科目（courses on business ethics）という意味での科目であり、それらがすべてビジネス倫理（学）という名称で統一されているわけではないようである。またビジネス倫理（学）科目の開講自体も必ずしもスムーズにいったわけではなかった。したがって、我々はアメリカの各大学におけるビジネス倫理（学）教育の歴史・現状のなかにビジネス倫理学が抱えている問題点を見出すことができる。「はじめに」においてビジネス倫理（学）教育の現状を紹介するのはこのためである。以下いくつかの資料を検討してみたい。

アメリカの高等教育機関におけるビジネス倫理（学）教育の現状は今日幾つかの資料によって知ることができるが、次の資料は最も有益な調査資料の1つであろう。それは1980年10月にヴェントリー・カレッジ（Bentley College）ビジネス倫理（学）センターによってアメリカの高等教育機関を対象に実施されたビジネス倫理（学）教育に関するアンケート調査である。<sup>(10)</sup>その調査の目的は、もしビジネス倫理（学）に関する科目が開講されているならば、その名称、そのカリキュラム上の位置、登録学生数、それを提供している学部、それが正式にカリキュラムの中に組み入れられた時期、を知ることであり、また未だその様な科目が開講されていない場合には、開講予定の有無、を調べることも目的の1つであった。調査対象となった高等教育機関は（約700校のビジネス・スクールを含む）約1200校であり、回収率は50%強であった。

回答した高等教育機関の数は665であり、317校が、ビジネス倫理（学）科目を開講している（ただし開講されている科目の総数は386科目である）、と回答してきた。その内容を詳しく紹介すると、まず名称について言えば、ビジネス倫理（学）という名称の科目が151であり、ついでビジネス&社会が44科目であり、その他として、教会&ビジネス・コミュニティ、価値危機、ビジネス・ポリシー、マーケティングへの社会的関心と公共政策、がみられた。279科目が学部レベルでまた53科目が大学院レベルで開講されており、54科目は学部と大学院で提供されていた。271科目が選択であり、101科目が必修である。386科目の年間受講者数は3万5千人と4万人の間と推定された。相対的に多数の科目（186科目）が哲学部あるいは宗教学部によって提供されており、（例えば、マネジメント、マーケティング、会計、経済、等々の）ビジネス関係の学部によって提供されていたのは147科目であった。386科目の内の322科目が1973年以降に開講され、毎年その数が増加していることもあきらかにされた。また現在ビジネス倫理（学）科目を提供していないと回答した338校のなかで、そのような科目の開講を計画していると回答したものは48校であり、さらに114校がその意思を表明していた。

---

(9) Cook & Ryan, *op. cit.*, p. 33.

(10) W. Hoffman & J. Moore, "Results of a Business Ethics Curriculum Survey Conducted by the Center for Business Ethics, *Journal of Business Ethics*, 1982, May.

アメリカビジネススクール連盟 (AACBS) のすべてのメンバー校 (約700スクール) にもアンケート用紙が送付された。回答したのは 374 スクールであり、そのなかでビジネス倫理 (学) 科目を提供していたのは 169 スクールであった (ただし、259 科目が開講されていた)。最も多い名称は「ビジネス倫理 (学)」(97科目) であり、第2位が「ビジネス&社会」(37科目) であった。259 科目のなかの 197 科目が学部で提供され、41科目が大学院で開講されていた。39科目が学部と大学院に置かれていた。年間の受講学生数は 27000~32000 人である。259 科目のなかの 204 科目が1973年以降に開講され、過去 8 カ年の伸び率は37%である。また現在ビジネス倫理 (学) 科目を提供していないと回答した 169 スクールのなかの29スクールが計画中であり、62スクールがその意思をもっていた。

前述のサーベイで収集されたシラバスによれば、アメリカの諸大学で実施されているビジネス倫理 (学) 教育の目的は、モラル的意味をもったビジネス問題を理解し解釈することに役立つ倫理的フレームワークを提供すること、倫理・モラルティ・社会的責任の概念を検討し、それらをビジネスの文脈のなかで適用すること、ビジネス倫理上の問題を分析するために利用される倫理理論を認識させること、に集約されるのであり、その目的の実現のために、ビジネスの社会的責任、優先雇用と逆差別、政府の規制、コンシューマリズム、広告における倫理問題、環境倫理、倫理理論とビジネス、経済正義、<sup>(11)</sup>などがとりあげられている。

以上の事実によって、ビジネス倫理 (学) 科目でなにが教えられているかが——その一部分ではあるが——あきらかになったと思われるが、同時に我々はそこで利用されているテキストにも注目してみたい。なぜならば、テキストを検討することによっても教育の性格そしてその具体的内容を——間接的にではあるが——知ることができるからである。

サーベイによれば、最も利用されているテキストは、

T. Donaldson & P. Werhance, *Ethical Theory and Business*,

T. Beauchamp & N. Bowie, *Ethical Issues in Business*,

V. Barry, *Moral Issues in Business*,

であり、多くの大学 (学部) では3冊のうちのいずれかがテキストとして利用されていた。

この「事実」はなにをもの語っているのか？ それらは「哲学者によって執筆された最初の<sup>(12)</sup>ビジネス倫理 (学) テキスト」として高い評価を得ているテキストである。このことは、この学問の成立のプロセス (後述) を考えると、ある意味では、当然の現象であるが、「哲学的な」テキストがビジネス倫理 (学) の普及に<sup>(13)</sup>「大いに貢献」してきたことは否定できない事実として認められている。

---

(11) その内容を検討した Hoffman & Moore は、労働生活の質、コーポレート・ガバナンスに関する問題がとりあげられていないことに驚いているが、我々も同じ思いを強くする。

(12) J. Mahoney, *op. cit.*, p. 27.

(13) K. Hanson, "Book Review: Business Ethics", *California Management Review*, Vol. XXVI, Nol, 1983, p. 163. この論文では、代表的なテキスト6冊が検討されている。

だが現在では哲学的パースペクティブに全面的に頼りきることの限界も意識されはじめ、いままでのテキストが余りにも哲学的色彩の強いものであったことへの反省（反発）も生まれてきている。たとえば、R. Cook & L. Ryan<sup>(14)</sup>によれば、これまでのテキストの特徴として、(1)多くのテキストは余りにも哲学的なものであり、実務家が直面している日常の諸問題に向けられていないこと、(2)多くの資料は上級レベルのマネジャーが直面している諸問題に向けられ、ビジネス倫理教育が主として対象としている学生や管理者が下級ないし中級レベルのマネジャーであるという事実が無視されていること、を指摘することができる。このように、今日の段階では、新しい世代のテキストがもとめられているのであり、これからの展開が注目される。

この調査研究を指導した<sup>(15)</sup>（哲学者である）W. Hoffman と J. Moore<sup>(16)</sup>によれば、「このようなサーベイから結論を引きだすことは危険である」が、つぎのことが「観察」される。

(1)ビジネス倫理学は成長し続けており、特に1973—74年が科目設置のスプリングボードになったこと、また現在ビジネス倫理学をオファーしていないスクールの多数がそれを計画中でありあるいはその意思をもっていること、を考えると、ビジネス倫理学が生氣あふれたものでありアメリカの多数の高等教育機関において発芽している、と主張できる<sup>(17)</sup>。

(2)ただし、ビジネス倫理（学）の定義についてコンセンサスが存在している、とは積極的に主張することはできない。たとえば、このことは科目の名称の多様さにもあらわれており、ビジネス倫理（学）の内容が必ずしも確立されていない。特に、「ビジネス&社会」論者と「ビジネス倫理学」論者の間には哲学上のそして政治的な緊張が存在し、双方が理性の接触（a meeting of mind）をおこなうまえに解決しておくべきことが多数残されている<sup>(18)</sup>。

ヴェントリー調査によれば、アンケートの対象となった教育機関は約1200校であり、回答してきた655機関の約40%に相当する317校においてビジネス倫理（学）に関するコースが提供されていた。このことは、逆に言えば、約60%に相当する338校ではビジネス倫理教育がフォーマルにおこなわれていないことを示しているが、その「338」に注目したのが L. Hosmer

(14) R. Cook & L. Ryan, *op. cit.*, pp. 36-37.

(15) アメリカにはユニバーシティと提催した倫理学センターが12以上あるが、このヴェントリー・センターはビジネス倫理学だけに特化している珍しいセンターである。このセンターもそして Hoffman 自身もビジネス・カレッジに属しているが、彼自身は哲学者である。（N. Bowie, *op. cit.*, p. 166.）

(16) Hoffman & Moore, *op. cit.*, p. 83.

(17) *Ibid.*,

(18) このような問題点を前提にしながらも、Hoffman & Moore は、ビジネス&社会コースを一応ビジネス倫理に関するコースとして位置づけているが、両者を全く異なるものとして考えている人々もいる。たとえば、N. Bowie もその一人である。彼によれば、ビジネス&社会コースにはたしかにビジネスへの批判精神がみられ、それなりの価値をもっていたが、倫理的分析の点ではなにもみることがないのであり、その意味でビジネス&社会コースはビジネス倫理（学）に関するコースではなかったものであり、両者は今後もお互いに異なるコースとして存在しつづけることになる。（N. Bowie, *op. cit.*, pp. 165-166.）

である。「なぜ 338 スクールはビジネス倫理（学）に関する科目を提供していないのか？」<sup>(19)</sup> 彼によれば、状況は今回の調査で表面にでてきた数字よりも悪いのだ。なぜならば、もしある機関にそのような科目が開講されていたとするならば、その機関の代表者はすぐに喜んで肯定的に回答すると考えられるからであり、回答がなかったということはそこではそのような教育がおこなわれていないことを物語っていると思われるからである。したがって、Hosmer の解釈に従えば、約1200校のなかで 317 校しかそのような科目を提供していないことになる。これは26.4%に相当する低い数字であり、このことはアメリカにおいて必ずしもビジネス倫理(学)教育が充分におこなわれていないことを示している。

Hosmer はミシガン大学の大学院のビジネススクール (the graduate school of B. A) の政策&統制の教授である。AACBS のメンバー校であるミシガン大学には当然のこととして質問票が送付されてきていたはずだが、彼にはそのような「事実」が知らされておらず、Hosmer は、ミシガン大学は「無回答」に属している、と判断している。そしてまた現実には、ミシガン大学ビジネススクールはビジネス倫理（学）に関する科目を提供していないのだ。正確に云えば、そのような科目を選択科目として開講したいという提案が1977年にカリキュラム委員会に提出されたが、拒否されたのであった。Hosmer によれば、そのような提案は8年後の1985年においても拒否されるという。何故か？

Hosmer は、(自分の大学を含めて) 多くの大学がビジネス倫理（学）科目を拒否する理由を、8カ年にわたる観察そして同僚との議論にもとづいて、つぎの3点でまとめている。

(1) マネジメントにおける倫理の性格について理解が欠けていること。Hosmer によれば、企業における倫理問題は（個人レベルのような善と悪あるいは正と誤に代表される）二項対立的な発想では解決されないということがいまだビジネス倫理（学）専門家以外には理解されていない状態が続いている。ビジネスにおける倫理問題は（コスト、ヴェネフィット、利潤で測定される）組織の経済的パフォーマンスと（組織内や社会内の他の人々への義務によって示される）その組織の社会的パフォーマンスとの間のコンフリクト（少なくともそのコンフリクトの可能性）なのであり、そのバランスの決定は二項対立的なオルタナティブの単純な選択ではなく、多数のオルタナティブが存在しているのである。そしてこのことがビジネス倫理教育にも関わってくる。この教育は学生たちにモラル規準を教えること——これを教育の目的であると考え、<sup>(20)</sup> ビジネス倫理教育は不可能になる——ではなく、学生たちに、自分たちがもっているモラル標準を適用できるように、複雑な倫理問題を通して、モラル論証 (moral reasoning) を教えることである。Hosmer によれば、その違いは「我々は正しい行動をとるべきか」と「我々がとるべき正しい行動は何か」の違いなのであり、それらは全く別の世界の事柄なの

(19) L. Hosmer, "The Other 338: Why a Majority of Our Schools of Business Administration Do Not Offer a Course in Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, 4 (1985).

(20) Hosmer は、私はモラル標準を教えない、と明言している。(Ibid., p. 19.)



である。

(2)パレート最適に対するあきらかな信頼が経済学のなかに存在していること。Hosmer によれば、ビジネス倫理（学）教育を妨げている第2の理由は、（他者を不利することなくしてもはやどの経済主体も有利にできない状態を意味する）パレート最適と呼ばれる支配的な経済学のパラダイムの存在である。この考え方によれば、社会の（稀少なものを含めて）資源は、社会のメンバーたちが他のメンバーの誰かを傷つけながらヨリ良い状態になっていくという経過のなかで、効率的に使われているのであり、経済理論はそのような「功利主義的な結果をもたらす不正義を認めている。」もちろん、利益やコストを民主主義的に配分するために、政治的過程がその経済システムにつけ加えられて、その種の限界を補っているのだが、人間はそれ自体として目的ではなくあくまでも手段として位置づけられている。つまり、Hosmer によれば、この（パレート最適の）世界では、人間は誰も人々を思いやり尊敬するモラル人として行動していないのだ。ビジネスはこのようなシステムのなかで行動しているという認識がビジネス倫理（学）教育の主要な障害の1つになっている。

(3)ビジネス倫理（学）研究は「非科学的」である、との認識、があること。ビジネス倫理（学）教育に対する第3の反対理由は、ビジネス倫理学はその性質上非経験主義的であり従って非科学的であるために、言葉を換えれば、倫理的分析は主観的であり、それがために大学のカリキュラムになじまない、というものであり、そのために、モラル論証や倫理分析はアカデミックな学問として、多くの人々には、認められてこなかった。しかしながら、近年になってマネジメントの理論のなかでも価値（value）が重要視され、特に、共有価値（shared values）が注目されてきているが、Hosmerによれば、その「価値」を直接に論じるのが「非科学的な」そして「主観的な」倫理的分析の分野なのである。したがって、いままでのようなビジネス倫理（学）教育に対する反対理由はその意味を失いつつある。

このようにビジネス倫理（学）科目が<sup>コース</sup>開講されていない理由を3点にまとめた Hosmer によれば、ビジネス倫理（学）関係者としてこれから為すべきことは、④倫理的決定の複雑性、⑤経済理論の仮定の現実からのズレ、⑥共有価値の重要性、を様々な活動を通して、アピールしていくことである。彼はつぎのようにまとめている。「我々は過去ビジネスの学生たちにマネジメントには倫理的問題が存在していることに敏感にさせることが必要である、としばしば話してきた。私はいまビジネス関係者にこれらの問題の重要性に敏感にさせることがなによりも必要である、と主張しているのだ。」

最後に、1988年にジョージタウン大学のビジネススクールに所属する Lynn Paine によって公表されたビジネス倫理教育調査<sup>(21)</sup>を紹介しておこう。この調査の対象は著名なビジネス・スクール208校であり、それらのなかの96校（46%）から回答を得た。そして72校が、学部および MBA レベルの教育プログラムにとって倫理学が必須部分である、と指摘していた。ただ

(21) J. Machoney, *op. cit.*, pp. 34-35.

し、このことは必ずしもビジネス倫理（学）という特別な科目の存在を意味するのではなく、半分以上のスクールでは、ビジネス&社会、ビジネスポリシー、ビジネスロー、などの科目のなかで、倫理が教えられていたものであり、ビジネス倫理（学）が独立の科目として開講されていたスクールは14校にすぎなかった。

この調査では、倫理（学）がいずれのコースにおいても教育されていない理由もあきらかにされている。その主要な理由は、①カリキュラムがすでに満杯であり余裕がない、②教師が関心をもっていないかあるいはその資格がない、③適切な資料がない、④倫理は教えられるものではない、に代表される。

これらの問題点のなかで①と③はこじつけあるいは技術的な問題であり、②と④が主要な問題である。多数のマネジメント教授に倫理分析をおこなう訓練ができていないということは、J. Gandz & N. Hayes<sup>(22)</sup>も述べているように、ビジネス（マネジメント）教育の本流にビジネス倫理（学）科目をとり入れていくことを妨げている最大の障害物の1つとして重要視されるべきものであろう。しかもそれは同時に倫理は教えられるものかというビジネス倫理学の学問的性格と密接に関わってくる問題でもあり、その検討が実は本稿のテーマの1つでもあるのだ。

アメリカの高等教育機関におけるビジネス倫理（学）教育の現状（多くの大学がその教育を躊躇してきたという「事実」）は、以上の簡単な紹介・検討からもわかるように、いくつかの事情が結びついて生じた事柄であろうが、根本的には、ビジネス倫理（学）の解釈が多様でありその統一的理解が生まれていないこと、したがって、ビジネス倫理学が1つの学問としてアイデンティティを確立しきっていないこと、の反映であった、と思われる。ビジネス倫理学は必ずしも体系化されたものとして確立していなかったものであり、ある意味ではいまだ学問としての成立の途上にあるのであろう。このことは、ヨリ具体的に云えば、——本稿の展開のなかで徐々にあきらかにされることになるが——個人レベルの倫理とは異なる企業レベルの倫理の特殊性が明確にされていなかったことを示すものであり、このことがまさにビジネス倫理（学）教育の普及を妨げていた基本的原因だったのである。

かくして、我々は、ビジネス倫理学固有の内容の確立への途が険しいものであること、あるいはビジネス倫理学が1つの学問として認知されるためには相当時間がかかるであろうこと、を容易に想像することができる。だが逆に云えば、このことは、ビジネス倫理学固有の内容があきらかにされることによって企業にとって倫理はいかなる存在なのか？ という我々の疑問にもその解決の途が見えてくることを示している。

ここで改めて疑問が出てくる。ビジネス倫理学は（ビジネス倫理について曖昧な理解が広がっていたなかで）いかなる問題を提起し何をどの様に解決しようとしてきたのか？ そして現

---

(22) J. Ganz & N. Hayes, "Teaching Business Ethics", *Journal of Business Ethics*, 1988 September, p. 28.

在何が明らかになり何が未解決のままになっているのか？ 本稿では以上の問題意識のもとでアカデミックな学問分野としてのビジネス倫理学の確立をめざしてきた R. De George の所説をとりあげビジネス倫理学とはなになのかを考えてみたい。具体的には、主として De George の思想の紹介を通してまたそれを補足する文献を必要に応じて引用することによって、ビジネス倫理学をめぐる問題点を筆者の問題意識に沿って整理し、最後にその出現の必然性としてそれが経営（学）に対していかなる問題提起をしているのかを考える作業となろう。

## 2. ビジネス倫理学とはなにか？——De George のビジネス倫理学構想——

### 2.1. ビジネス倫理学成立小史

アメリカにおいてビジネス倫理学が1つの学問分野として形を整えはじめたのは、R. De George によれば、1980年代に入ってからであり、1985年にビジネス倫理（学）は1つのアカデミックな分野になったといわれている。<sup>(23)</sup>このような理解にたてば、アメリカではビジネス倫理（学）は5つの段階を経て今日に至っていることになる。<sup>(24)</sup>それらは、

- (1) ビジネスにおける倫理が問題にされはじめた1960年代以前の時期、
- (2) ビジネスの社会的問題がとりあげられた1960年代の時期、
- (3) 1つの新しく独立した分野としてのビジネス倫理（学）が出現した1970年代、<sup>(25)</sup>
- (4) アカデミックな学問として確立された1980年代の前半、
- (5) アカデミックな学問としてのヨリ一層の発達（体系化）がはじまった1985年以降の時代、  
として把握される。

本稿ではビジネス倫理学が我々になにを問題提起しているのかを検討していくことになるが、その前提として、ビジネス倫理学の体系について一定の知識が必要であろう。その意味で、この De George の研究に拠って、<sup>(26)</sup> ビジネス倫理学が成立するまでの「歩み」をそして——簡単ではあるが——その研究対象と課題を整理しておくことにしたい。

#### （Ⅰ）1960年以前。「ビジネスにおける倫理学」段階

この時期は神学および宗教的色彩の強い活動に特徴づけられている。これは主として1920

---

(23) R. T. DeGeorge, "The Status of Business Ethics: Past and Future", *Journal of Business Ethics*, 1987, Vol. 6, No 3, p. 201.

(24) *Ibid.*, pp. 201-211.

(25) N. Bowie は、カンサス大学において哲学部とビジネス・カレッジの共同主催のもとで第1回ビジネス倫理会議が開催された時点（1974年11月）をビジネス倫理学誕生の年と考えている（N. Bowie, op. cit., p. 158.）.

(26) R. T. DeGeorge には多数の著作があるが、ここで注目した彼の業績は、注(1)と注(23)のそれと、"Theological Ethics and Business Ethics", *Journal of Business Ethics* 5 (1986) そして "There is Ethics in Business Ethics; But There's More As Well", *Journal of Business Ethics* 8 (1989) である。ビジネス倫理学の歴史については特に注(23)の論文にて論じられている。そしてその De George の論文の翻訳として、宮坂純一訳「ビジネス倫理学の現在、過去そして未来」（奈良産業大学『産業と経済』第7巻第2号、1992年9月）がある。

年代から1960年末までに相当するが、そもそもは1870年代にローマ法王の回勅が当時の賃金や資本主義のモラルティに疑問を投げ掛けたことにはじまったといわれている。そしてその後ビジネスにおけるモラルティに関心が集中し、それが次第にカトリック的な社会倫理学として結実したのである。その代表的な（カトリック系の大学でテキストとして利用された）業績は、1952年に J. Doherty などによってドイツ語から翻訳された J. Messner の『社会倫理学』であった。またプロテスタント系のそれは R. Niebohr の『道徳的人間と不道徳的な社会』（1932年）である。彼の資本主義批判は鋭く挑発的なものであり、それが神学校に社会倫理学コースが設置される契機となった。ただし、そこでは、聖職者が人生の様々の領域におけるモラルティや倫理についてお説教することと同様に、ビジネスにおけるモラルティや倫理についてお説教（たとえば、我々がプロテスタント労働倫理と呼んでいるもの）がおこなわれていたにすぎなかった。そして、このような神学のおよび宗教的傾向はいまだに続いている。アメリカの司教によって執筆されたアメリカ経済に関する司教教書（Pastoral Letter）はその最近の代表的な事例である

これらの活動は確かにすべて重要であった。だがそれは正確には、De George によれば、ビジネスにおける倫理学 *ethics in business* として特徴づけられるものである。倫理が、政府、政治、家族、個人生活、性、職業そして人生の他のアスペクトと同じ様に、ビジネスに適用されていたのであり、それはいかなる意味でも1つの学問分野（a distinctive field）を構成するものではなかったのだ。

## （Ⅱ） 1960年代。ビジネスの社会的諸問題の出現

1960年代は、権威に対する反抗、学生の不安、反対制文化（カウンター・カルチャー）、の時代であった。また、スラム街、環境、エコロジー、人口、消費者運動、などの様々な問題が噴出した時代でもあった。そして多数の若者たちが社会的理想に眼を向け、産学協同体制が攻撃され、反ビジネス的態度がうまれ広がっていった。

このような挑戦的な状況のなかでビジネス・スクールも極めて重大な行動をおこした。それはビジネス・スクールの「目玉商品」（staple）として「社会的諸問題課程」が設置されたことである。

そしてそれを教えたマネジメントの教授たちが会社の社会的責任についてテキストや論文を執筆しはじめた。ただし、それらの著作は体系的なものであったというよりはむしろ反動的（reactive）なものであった。なぜならば、大多数のテキストはマネジャーの立場から執筆されていたからであり、労働者や消費者そして大衆の見方がそこに組み入れられたのはかなり後になってからである。また多数のテキストやコースでは法律や合法的なものは重要視されていたが、倫理理論には——確かに、モラル上配慮すべきことを取りあげたりモラル上の義務や説教に触れてはいたが——体系的な注意がはらわれていなかった。

### （Ⅲ） 1970年代。1つの新しく独立した分野としてのビジネス倫理学の出現

ビジネス倫理学という分野の発達は1970年代にはじまった。一方で神学者や宗教学者たちがビジネスにおける倫理という領域を発達させそしてそれを発達させ続けてきた。また地方でマネジメントの教授たちが会社の社会的責任について著作活動や教育活動を続けてきた。そしてこの状況に新たに付け加えられた要素が、多数の哲学者たちがこの領域に参入したことであった。彼らがそれまでの業績を固める触媒の役割を果たしたのである。彼らが倫理的分析や哲学的分析に努力を傾けることによって、いままで発達してきたものが体系化されビジネス倫理学の構築が促進されたのであった。

彼らの参入の途は部分的にはバイオメディカル倫理学の初期の発達によって切り開かれていたし、J. Rawls の『正義の理論』も経済的問題に対する哲学的関心を正当化した。さらには、ウォーターゲート事件、DC10 スキャンダルなどへの大衆の反応がそれらの諸問題に対する学生の反応を高め、それが哲学部に市場を提供し、そして学生の関心が現実の諸問題へと向いていった。

1960年代に生じた関心事が1970年代には学生から一般大衆へと拡がっていったこともビジネス倫理学出現の重要な要因となった。多くのグループがビジネスに社会的要求をつきつけた。それらの要求はしばしば矛盾するものであったが、ビジネスも大衆のビジネスに対するイメージにより関心をもつようになった。そして、社会的要求が大きくなるにつれて、多数のビジネスはビジネスが彼らと争うように構造化されていないことを悟るようになった。

そしてこの時期にビジネスの社会的責任やビジネスにおけるモラル問題に関する会議が急速に増加した。ビジネス改善協会（BBB）がビジネスにおける倫理的諸問題に関する国レベルの会議を後援し、それが地方レベルそしてローカル・レベルの会議に拡がっていった。たとえば、国レベルで5つの公開討論会（panel）が1978年に組織された。

- 1) 広告主の社会への責任,
- 2) 生産デザインや製造におけるビジネスの責任,
- 3) ビジネスのディスクロージャー責任,
- 4) 社会の要求が対立した場合のビジネスへのガイドライン,
- 5) 多国籍企業の責任,

がそれである。またビジネスの倫理的諸問題を扱うセンターが現れはじめた。（ビジネスの教授、宗教学者、哲学者、社会学者、ビジネスマン・ウーマンをふくむ）多数の学際的会議が開催され、新聞およびその他のメディアの注目を集めた。

この種の活動はしばしばおこなわれた。しかし、その結果は必ずしも芳ばしいものではなかった。呈示され公表されたものの多くは議論含みのものであり、イデオロギーが先行し、見掛け倒しのものであり、情報不足であった。マネジメントの教授たちは、哲学者にとって不案内であり彼らの多くが嫌がっているこの領域において哲学者たちが果たすことができる役割に疑

問を投げかけた。神学者たちは、哲学者は人々に強烈な印象を与える新参者にすぎない、と考えた。また多くの哲学者たちも、このうさん臭い領域に眼を向けた同僚たちを不信の眼でながめた。P. Drucker がビジネス倫理学をかなり攻撃した（後述）のはこの時期である。

だが1970年代の終わり頃になると、いくつかの中心的な問題が現れはじめ、多彩な研究者たちがそれらに対して体系的なアプローチを展望するようになった。たとえば、企業のモラル・ステイタスはビジネスにおける倫理学や会社の社会的責任に関する文献が提起してこなかった1つの中心的な問題である。それ以来様々な回答が与えられ今でも与えられ続けている。

そして、1970年代の終り頃になると、「ビジネス倫理学」が共通の言葉として使われるようになるほど、多くの主要な問題が現れそして業績が蓄積されるようになった。ここに、ビジネス倫理とはビジネスと倫理という本来対立しあうものを並べて人々にアピールしたのではないかというひやかし（joke）は姿を消したのである。しかしながら、ビジネス倫理学は一時的な流行なのかそれとも真にアカデミックな分野なのかという疑問はいまだ存在していた。

#### （Ⅳ） 1980年代前半。最初の統合の時期

1985年までに、ビジネス倫理学は1つのアカデミックな分野となった。この時期にビジネス倫理学をそのようなものへと押しあげたものは、いままでのような発育不全のバラバラな試みとは異なり、ビジネス倫理学が制度化されるようになったという事実である。1つの分野を象徴するものが現われまたその存続と発展に継続的に関心を持つ多数の学会が機能しはじめたのである。たとえば、多数の会員を擁する学会が3つ（ビジネス倫理学会、職業倫理学会、経営アカデミー経営部門の社会的諸問題部会）存在するようになった。また多数の図書目録が公刊され、数種類のジャーナル（ビジネス倫理学・職業倫理学ジャーナル、ビジネスと社会レビュー、企業倫理ダイジェスト、ビジネス倫理学ジャーナル）が公刊されはじめた。

さらに重要なこととして、（すでに述べたように、様々な問題点を含んでいるが）カレッジやユニバーシティやビジネス・スクールにおいて500以上のコースが開講され、4万人以上の学生がこの分野の単位の習得をめざして学ぶようになったことがあげられる。これは1つの市場を提供し、少なくとも20冊のビジネス倫理（学）に関するテキストが公刊され、ケースを扱った書物が少なくとも10冊出版されたのである。また様々なタイプのセンターが出版活動を行い、コース、会議そしてセミナーを主催後援するようになった。

かくして、ビジネス倫理学という領域あるいは分野が存在することが「疑いない事実」となったのである。しかしながら、ビジネス倫理学とはなになのであろうか？ その研究はうまくいっているのであろうか？ 将来発達していく見込みはあるのであろうか？ またそのような発達に必要なのであろうか？ ということが問題として残された。言い換えれば、ビジネス倫理（学）という分野の境界をはっきりと定め、その学問的性格を明確にするという、ビジネス倫理学の定義づけの「作業」が1985年からはじまったのである。これは現在でも進行中の事柄であり、いままさに定義づけの「過程」にあるといえよう。

## 2.2. ビジネス倫理学の研究対象そして研究課題

De George によれば、1つのアカデミックな分野としてのビジネス倫理学は、たとえその研究成果が実践的に応用されることになるとしても、本来は理論的研究分野であり、倫理的見地からビジネスの体系的な研究をめざすものである。しかも、それは——彼の言葉によれば、必然的に——学際的な性格の学問分野である。そのためか、ビジネス倫理学の研究対象について統一的な共通の理解が必ずしも存在しているわけでは<sup>(27)</sup>ないようである。この点、De George 自身は、1985年からその分野の「守備範囲」をはっきりと定める (defining the field) 時期に入ったと考え、その発達の展望を与えると同時にその研究対象を示している。

ビジネス倫理学の研究対象は、De George によれば、相互に関連しあう3つのレベルの分析から成<sup>(28)</sup>っている。

(1) ビジネスがおこなわれている全般的な政治経済制度の倫理的な分析。ここで具体的に念頭に置かれているものはアメリカの自由企業という経済制度である。それを倫理的に分析するということは、自由企業制度がアメリカ社会のすべてのレベルにどのような影響を与えているかを評価することである。そしてまたそれはその基本的要素（たとえば、私的所有）を道徳的に評価することでもあり、このことはその制度に代わるものあるいはその修正も研究の対象となることを示している。

(2) 自由企業制度内のビジネスの倫理的な分析。このレベルでは、企業だけでなく様々なビジネスの多様な実践が道徳的研究の対象となるが、特に企業のモラルステータスの分析が重要視される。また企業がモラル的に行動できる企業構造のあり方が検討され、社会監査あるいはモラル監査が問題となる。

(3) 会社（やその他のビジネス）の内部にいて経済的諸活動やそれらの相互作用のもとで存在している個人のモラル性の分析。いままでの研究においては、主として、このレベルの問題がとりあげられていたが、ビジネス倫理学においても、個人の行動、その役割、具体的な実践活動、権利と責任、などが、道徳的立場から、分析されることになる。具体的には、労働者の権利、内部告発、差別待遇、広告と真実、業務上の秘密、職業意識、従業員の行動倫理規範、などがよく論じられている問題である。

ビジネス倫理学は、その研究対象としていくつかの種類の異なる分析を含むために、それを研究するものにはいくつかの課題が課せられる。De George によれば、そのような課題は5

---

(27) 代表的なテキストの内容が各々独自の構成をとっていることがこのことを示している。

(28) このような3分法発想は、De George だけでなく、たとえば、K. Goodpaster にもみられる（これについては、R. Buchholz, *Fundamental Concepts and Problems in Business Ethics*, Prentice Hall, New Jersey, 1989, pp. 32-33 を参照。）また、E. Epstein によれば、ビジネス倫理はつぎの4つの次元に分類される。(1)マクロ・レベル（体制レベル）、(2)中間レベル、(3)組織レベル、(4)個人レベル。（この詳しい解説は、小林俊治著『経済環境論の研究』成文堂、1990年、135-137 ページ参照。）

<sup>(29)</sup>  
つに集約される。

ビジネス倫理学の第1の課題（活動）は、ビジネスにおけるインモラル리티のケースをとりあげそして分析することである。ケースをとりあげることはなによりもまず経験的なそして記述的な課業である。そして分析は規範的活動を含むものである。ケースは、学生たちに、彼らが直面しなければならないかもしれない諸問題に敏感にさせるために、同じようなケースをいかに解決するかを教えるために、ビジネス界のオルタナティブな構造を議論するために、重要なのであり、それによって同じようなケースが再び生じることが防止されたと考えられている。哲学者や神学者そしてビジネスの教授たちもこの種の活動に従事している。しかしながら、彼らはそれぞれの関心と重点の置きどころがビジネス倫理学と違っているのだ。

第2のものはビジネス実践の経験的研究である。たとえば、採用・解雇実践の研究は、もしその意図が差別が見出されるか否かあるいは差別をなくすようにデザインされた実践が成功裡に機能しているか否かを決定することであるならば、ビジネス倫理学の一部となる。この活動は、それが純粋に記述的なものであるとしても、研究の対象がモラル活動ないしはインモラル活動であるならばあるいはその展望や目的がモラル的観点からのものであるならば、ビジネス倫理学の一部なのである。

第3のタイプの活動はビジネスにおける基本的条件を明らかにし倫理的な前提条件を明示することである。これは、たとえば、私的所有のモラル評価やそのモラル的正当性をはっきりとさせること、コストベネフィット分析・会計手続・限界効用計算を利用することのモラル的意味の分析、搾取・賃金・平等な作業・逆差別・所有などの分析とモラル的評価、に代表される。

第4のものはメタ倫理的な疑問を提起し倫理理論を可能ならば修正すること、である。たとえば、会社のモラルステイタスはその代表的なものであり、これは一般倫理学では答えられないメタ倫理的な問題である。なぜならば、会社がその行動にモラル的に責任をもちうるならば、いままで伝統的に人間というタームのみで分析されてきたモラル責任という概念の再分析が必要となるからである。

第5の課題は何重にも絡みあっている問題のもつれを解くことである。たとえば、発展途上国に対する多国籍企業の義務という問題はその代表である。それは多数の諸問題を1つずつていねいに再検討することを要求するのであり、出来あいの安易な回答はほとんどこの場合役に立たないことになる。

我々は以上の検討によって（具体的には De George のビジネス倫理学構想の検討を通して）学問としてのビジネス倫理学の研究対象そして研究課題を知ることができた。これからの作業は、ビジネス倫理学が既存の学問といかなる点で違っているのか、その学問的意義、をあきらかにしていくことである。

（続）

---

(29) R. DeGeorge, "The Status of Business Ethics: Past and Future", pp. 204-205.